

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EL CONTROL DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y SU EFECTO
EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA ADGRAFIC S.A.C. - 2017**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

INTEGRANTES:

**ARQUE HUAMANI, ROXANA ESPIRITA
CALDERON CUCHURUMI, KATHERINE ESTHER
PADILLA DURAN, DIANA FIORELLA**

ASESOR: MG. VENTO EGOÁVIL, RODOLFO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: NORMAS ÉTICAS
CONTABLES EN EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS**

LIMA, 2018

**EL CONTROL DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y SU EFECTO EN LA LIQUIDEZ DE
LA EMPRESA ADGRAFIC S.A.C. – 2017.**

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales – Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, para optar el Título de Contador Público, en La Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

MG. AGUIRRE GARCIA, RODRIGO HILARION

Presidente

MG. MERINO HURTADO, GUILLERMO EUGENIO

Secretario

MG. MORALES SAAVEDRA, VICTOR MANUEL

Vocal

FECHA: 16/11/2018

Dedicatoria

Nuestro Proyecto de Tesis va dedicado a nuestros padres por ser el pilar y motor fundamental en nuestra educación, nuestra formación tanto profesional como espiritual, de la misma manera a todos nuestros compañeros y colegas que hemos conocido en la Universidad y lugar de trabajo que nos brindaron su apoyo y ampliaron nuestros conocimientos adquiridos.

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios por ser nuestro motivo para seguir día a día, de igual manera a nuestra familia por el gran apoyo que necesitamos para avanzar en el largo camino de nuestra vida, sin dejar de lado a nuestros profesores de la Universidad que nos brindaron sus conocimientos y pautas para superarnos profesionalmente, así mismo agradecer a la empresa ADGRAFIC S.A.C por brindarnos la información que fue necesaria para realizar nuestro proyecto de tesis.

Resumen

El presente trabajo de investigación contiene como problema general ¿De qué manera el control de las cuentas por cobrar afecta la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C. - 2017? y a su vez se presenta el objetivo general el cual es determinar el efecto del control de las cuentas por cobrar en la liquidez, por lo que se dice que las cuentas por cobrar son piezas principales del activo necesarias e imprescindibles en toda entidad y es una de las actividades más difíciles de realizar porque está a base de procedimientos que tienen que estar administrados y controlados de la mejor manera puesto que de ellas depende la liquidez que tenga la empresa para poder cumplir con sus obligaciones.

La empresa ADGRAFIC S.A.C., dedicada a la actividad de impresiones no está llevando correctamente un control en las cuentas por cobrar y ocasiona baja liquidez, se debe mejorar el control de las cuentas por cobrar en la empresa, por ello es necesario sugerir a la empresa que aplique correctos procedimientos y políticas de créditos y cobranzas.

Finalmente tiene como conclusión que la empresa tiene inadecuadamente establecido las funciones del área de créditos y cobranzas, en la que no existen políticas de crédito, se otorga créditos a los clientes sin previa evaluación o estudios de su posibilidad crediticia.

Palabras Claves: Cuentas por cobrar; liquidez y créditos.

Abstract

The present research work contains as a general problem, how does the control of accounts receivable affect the liquidity of the company ADGRAFIC S.A.C. - 2017? In turn, the general objective is presented, which is to determine the effect of the control of accounts receivable in liquidity, so it is said that accounts receivable are essential pieces of the necessary and essential asset in any entity and is one of the most difficult activities to carry out because it is based on procedures that have to be managed and controlled in the best way since it depends on the liquidity that the company has to be able to fulfill its obligations.

The company ADGRAFIC SAC, dedicated to the activity of impressions is not correctly taking control of accounts receivable and causes low liquidity, it should improve the control of accounts receivable in the company, so it is necessary to suggest to the company that apply correct procedures and policies for credits and collections.

Finally, it concludes that the company has inadequately established the functions of the credit and collections area, in which there are no credit policies, credit is granted to clients without prior evaluation or studies of their credit possibility.

Keywords: Accounts receivable; liquidity and credits.

Tabla de Contenidos

	Pág.
Caratula.....	i
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Tabla de Contenidos.....	vii
Introducción	viii
 1. Problema de la Investigación	 1
1.1 Descripción de la Realidad Problemática:	1
1.2 Planteamiento del Problema:.....	2
1.2.1 Problema general:	2
1.2.2 Problemas específicos:	2
1.2.3 Objetivo General:	3
1.2.4 Objetivos Específicos:	3
1.3 Casuística:	3
 2. Marco Teórico	 13
2.1 Antecedentes:	13
2.1.1 Internacionales:	13
2.1.2 Nacionales:	14
2.2 Bases Teóricas	16
 3. Alternativas de Solución.....	 334
 Conclusiones	 40
 Recomendaciones	 41
 Referencias.....	 42
 Apéndice.....	 45

Introducción

En el Perú las cuentas por cobrar siguen siendo un problema frecuente que las empresas enfrentan no solo por mercaderías y servicios prestados por créditos otorgados sino también por los préstamos de las entidades financieras, ya que el entorno empresarial cada día está más difícil, por ende, es fundamental que las empresas implementen técnicas de cobranzas adecuadas, de tal manera que no se vea afectada la liquidez de la empresa ya que de ello depende que puedan afrontar sus obligaciones. En esta línea de ideas, una de las prioridades de todas las empresas es buscar aumentar el volumen de ventas o el servicio que ofrece, esto se realiza en base a créditos otorgados a sus clientes, con ello se podría decir que las cuentas por cobrar son parte fundamental en toda entidad.

Por otra parte, la empresa ADGRAFIC S.A.C. dedicada a la actividad económica de impresiones (CIIU 1811) inicia sus actividades en 2016 en el departamento de Lima; con dos años y medio de experiencia. Por lo que en el año 2017 su volumen de ventas Ascendió a S/. 1, 109,124.46 aproximadamente. Actualmente cuenta con un centro de labores donde realizan la captación de los clientes a nivel nacional; se cuenta con un equipo de asesores de ventas en la impresión de los servicios de: imprenta offset, impresión digital por demanda, visual, artículos publicitarios (merchandising) para los clientes, también realizan packaging, instalación de papeles adhesivos decorativos para proyectos con empresas, con las mejores marcas y tendencias para crear ambientes únicos de categoría nacional.

Asimismo, la misión principal de la empresa es contribuir al éxito de nuestros clientes, ofreciendo productos de imprenta (gráficos) innovadores. Por lo que, la visión es liderar y ser

reconocido como una empresa enfocada en la innovación de productos gráficos. En cuanto a los valores que la misma tiene se puede mencionar la calidad, puntualidad, seguridad, confianza, trabajo en equipo e integridad. Después de una observación participante por parte de las investigadoras, se puede evidenciar que la empresa ADGRAFIC S.A.C no cuenta con un control bien enmarcado en el área que estamos analizando, de allí surge la necesidad de demostrar porque se debe mejorar el control de cobranzas y elevar el nivel de liquidez, para así poder cumplir con las obligaciones propias de la empresa, sin tener que contar con un financiamiento externo (préstamos).

En esta línea de ideas, el objetivo de la investigación es determinar el efecto del control de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa. Con ello se proporcionará a la gerencia general un manual de procedimientos para el área en mención de manera que se logre la eficiencia y así permita el buen desarrollo del área y poder recuperar lo que se encuentra pendiente de cobro sin que el cliente recurre a otros proveedores con lo que reduciremos la morosidad, es decir; realizar técnicas de cobranza adecuadas, en los plazos pactados y en entre los acuerdos que se hicieron entre cliente y proveedor para el otorgamiento de créditos, con ello se contribuirá a elevar los índices de liquidez de la empresa y a su vez tener una buena comunicación con los clientes.

Por ende, esta investigación permitirá a la empresa implementar un control en los procedimientos de créditos y cobranzas que sean eficientes, adecuados y bien definidos en el área para ayudar a que la empresa mejore los índices de liquidez y consiga sus objetivos de crecimiento disminuyendo el volumen de cobros pendientes. De acuerdo con lo antes mencionado la presente investigación cuenta con la estructura siguiente:

1. Problema de la investigación que incluye el planteamiento del problema, formulación del problema y la casuística;
2. Marco teórico que incluye los antecedentes de la investigación y las bases teóricas;
3. Alternativas de solución que incluyen las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

1. Problema de la Investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática:

Hoy en día las empresas peruanas tienen diferentes políticas y procedimientos establecidos dentro de su área de créditos y cobranzas, pero todos en cierta medida se enfrentan a los mismos problemas que es la demora en las cuentas por cobrar. El área de créditos y cobranzas es una pieza necesaria dentro de todas las empresas, porque de ello depende la administración del riesgo en el otorgamiento del crédito, gestión de la cartera y cobro de las deudas. Para las empresas son importantes las ventas al contado porque tienen dinero en corto plazo, pero es de mucha más exigencia el vender al crédito no solo para beneficiar a los clientes sino también para hacerle frente al mercado competitivo.

Por lo que, una de las prioridades de todas las empresas es buscar aumentar el volumen de ventas o el servicio que ofrece, esto se realiza en base a créditos otorgados a sus clientes de allí parte el concepto de las cuentas por cobrar. En esta línea de ideas, las cuentas por cobrar son la parte fundamental del activo y de suma importancia para las empresas por lo que también es una de las actividades más difíciles de realizar porque está a base de procedimientos que tienen que estar administrados de la mejor manera puesto que de ellas depende la liquidez y con ellos poder cumplir con sus compromisos de pago. En palabras sencillas se entiende que la liquidez es la facilidad que un activo (cuentas por cobrar) pueda convertirse en efectivo de forma inmediata.

Por su parte, la empresa ADGRAFIC S.A.C. se encuentra en constante crecimiento, dedicada al servicio de imprenta, no está cumpliendo en aplicar un buen control en la cobranza lo que origina el retraso en la cancelación de facturas de los clientes hacia la empresa en las fechas pactadas, esto se debe por el desconocimiento propio del personal que no lleva un control adecuado de los cobros que se deben realizar y la inexistencia de políticas de créditos, por lo que otorgan créditos sin antes haber realizado evaluaciones crediticias a los clientes.

A su vez, el área lleva la información en forma manual incumplir con las obligaciones de su personal y sus proveedores, e impiden que la gerencia conozca el importe real de las ventas a una fecha establecida; de allí surge la propuesta de implementar controles en el área para mejorar con los procedimientos que se están aplicando y así reducir los problemas de liquidez a futuro.

1.2 Planteamiento del Problema:

1.2.1 Problema general:

¿De qué manera el control de las cuentas por cobrar afecta la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017?

1.2.2 Problemas específicos:

¿En qué sentido las políticas de crédito afectan la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017?

¿De qué manera los procedimientos de cobranzas afectan la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017?

¿En qué medida las ventas al crédito afectan la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017?

1.2.3 Objetivo General:

Determinar el efecto del control de las cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017.

1.2.4 Objetivos Específicos:

Determinar si las políticas de crédito influyen en la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017.

Identificar la utilidad de los procedimientos de cobranza en la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017.

Demostrar el efecto de las ventas al crédito en la liquidez de la empresa ADGRAFIC S.A.C.-2017.

1.3 Casuística:

Se pretende describir todas las áreas de la empresa ADGRAFIC S.A.C., para luego con mayor énfasis analizar el área de estudio en la cual mostraremos los problemas que vienen suscitando.

Las funciones y procedimientos de las operaciones que realiza cada área de la empresa ADGRAFIC S.A.C. son descritas a continuación:

El área de ventas conformada por tres personas (jefe y dos vendedores), los vendedores se encargan de realizar la captación de futuros clientes ofreciendo la variedad de servicios que la empresa brinda, realizan los requerimientos y cotizaciones según el cliente, luego plantean y coordinan con el cliente los plazos de créditos (30,45 y 60 días) y por último aprueban la cotización para dar comienzo al servicio, luego el área de diseño y pre presenta conformada por una persona (diseñador gráfico) encargado de dar solución al cliente con sus artes o con nuevos artes necesarios, tiene que dejar el arte para la impresión y armado de acuerdo al material y medida de la máquina de impresión, hacer el compaginado de las paginas cuando es libro o revistas.

De acuerdo con lo anterior, analizan el arte que todo sea correctamente y por último supervisa que todo salga impreso en el arte y sin variación de color, para que el área de producción conformada por tres personas (jefe y personal de apoyo) encargados de coordinar el lugar donde se llevará el servicio para poder realizarlo, solicitan al área de almacén los materiales a utilizar en el servicio y por último coordinan los plazos de entrega de la mercadería con el área de ventas, la recepción de materiales lo realiza el área de almacén conformada por una persona (técnico en administración), posteriormente el material se utilizara en el servicio de impresión, y por último se encarga de empaquetar y rotular los trabajos de impresión para ser entregados al cliente en la fecha pactada.

Por su parte, el área de facturación conformada por una persona (secretaria), encargada de emitir las guías de remisión y la respectiva factura para posteriormente entregarlas al cliente, entrega al área de contabilidad la documentación sellada por el cliente para sus registros contables y posteriormente hacer la programación de cobros, a lo que el área de contabilidad conformada

por una persona (asistente contable), encargado de recibir los documentos por el área de facturación para ser revisados y realizar su respectivo registro contable de manera manual. También realiza la conciliación bancaria de acuerdo a sus ingresos y gastos de cada período y a la vez realizar la declaración de los impuestos, y a la vez se encarga del área de cobranzas, recibe los documentos pendientes de cobro y pago, emite reportes en Excel de las facturas pendientes de cobro de cada comprobante para luego hacer el respectivo seguimiento y posterior cobro.

A continuación, mostraremos los problemas que se presentan en el área de créditos y cobranzas:

1.3.1 Inexistencia de políticas de crédito:

En la actualidad la empresa no se está tomando un tiempo para verificar que no se cuenta con políticas de crédito; es decir, planteadas en un acta formal firmada por las partes involucradas, pero si existen políticas de acuerdo al criterio del encargado del área, los cuales son:

- ✓ Aceptación por los vendedores.
- ✓ Aceptación del gerente general.
- ✓ Planteamiento y sugerencia de posibles clientes por parte de los vendedores con mayor antigüedad.

Si el cliente recurre a un nuevo crédito la empresa no tiene ningún inconveniente en seguir otorgándole crédito, con tal de no dejar que el cliente busque otro proveedor.

1.3.2 Inadecuada aplicación de los procedimientos de cobranzas:

La empresa no cuenta con la aplicación de procedimientos de cobranzas, si algún cliente no realiza el pago en la fecha pactada, el encargado solo llama al cliente, envía cartas, entre otros, pero en base a su experiencia, sin ningún tipo de manual a seguir.

Al no realizar políticas ni procedimientos, la empresa no cuenta con un control de cuentas por cobrar en base a un cronograma de vencimientos establecidos, no se realiza las cobranzas de manera oportuna, esto origina la falta de liquidez en la empresa lo cual no se contará con una disponibilidad oportuna de efectivo para cumplimiento de obligaciones.

Según lo indicado se muestra lo siguiente:

Cuentas por cobrar del año 2017: no se lograron concretar cobranzas debido a la inexistencia de reportes.

Tabla 1. Cuentas por Cobrar Clientes

Resumen

CUENTAS POR COBRAR 2017	IMPORTE	%
Total, Personas Naturales	10,305.38	10
Total, Personas Jurídicas	92,748.39	90
TOTAL	103,053.77	100

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

Las cuentas por cobrar en el año 2017, se divide en dos: Personas Naturales que representa el 10% de S/. 10,305.38 y Personas Jurídicas que representa el 90% de S/. 92,748.39.

1.3.3 Ventas al crédito:

En la empresa se está realizando mayormente ventas al crédito otorgando a los clientes fechas de pago, pero por la inexistencia de políticas de crédito, inadecuada aplicación de procedimientos de cobranzas que se vienen dando en la empresa ha conllevado a que exista morosidad, pues los clientes no han venido cumpliendo con los plazos establecidos de crédito lo que ocasiona que la empresa tenga poca liquidez.

Tabla 2. Resumen de mes

Ventas 2017

VENTAS 2017			
MES	CONTADO	CREDITO	TOTAL
%	15	85	100
ENERO	1.522,52	8.627,59	10.150,10
FEBRERO	3.168,91	17.957,16	21.126,07
MARZO	7.500,00	42.500,00	50.000,00
ABRIL	9.000,00	51.000,00	60.000,00
MAYO	38.999,78	220.998,73	259.998,51
JUNIO	6.799,79	38.532,13	45.331,92
JULIO	7.001,88	39.677,30	46.679,18
AGOSTO	17.683,19	100.204,72	117.887,91
SEPTIEMBRE	31.485,60	178.418,41	209.904,01
OCTUBRE	17.615,11	99.818,97	117.434,08
NOVIEMBRE	12.584,49	71.312,11	83.896,60
DICIEMBRE	13.007,41	73.708,67	86.716,08
TOTAL	166.368,67	942.755,79	1.109.124,46

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

A continuación, detallaremos el Estado de Situación Financiera analizando la información según análisis vertical.

Tabla 3. Reporte

Estado de situación financiera

ADGRAFIC S.A.C.

Estado de Situación Financiera Al 31 DE DICIEMBRE DE 2017 (Expresado en Nuevos Soles)

<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>	2017	%	2016	%
Efectivo y equivalentes de efectivo	15,856.42	4	7,253.50	3
Cuentas por cobrar comerciales	103,053.77	25	68,193.00	26
Inventarios	26,692.50	6	10,869.06	4
Total, Activos Corrientes	145,602.69	35	86,315.56	33
<u>Activos no Corrientes</u>				
Inmueb. Maq. Y Equipo neto de Dep.	255,728.50	61	165,652.50	64
Activos por impuestos diferidos	14,627.45	4	8,086.75	3
Total, Activos no Corrientes	270,355.95	65	173,739.25	67
Total, Activos	415,958.64	100	260,054.81	100
<u>PASIVOS CORRIENTES</u>				
Pasivos por impuestos diferidos	3,327.67	1	32,505.90	12
Cuentas por pagar comerciales terceros	154,678.41	37	121,865.32	47
Total, Pasivos Corrientes	158,006.08	38	154,371.22	59
<u>Pasivos no Corrientes</u>				
Acreedores comerciales y otra ctas. por pagar	0.00	0	0.00	0
Total, Pasivos no Corrientes	0.00	0	0.00	0
Total, Pasivo	158,006.08	38	154,371.22	59
<u>PATRIMONIO</u>				
Capital	250,000.00	60	28,000.00	11
Utilidad del ejercicio	7,952.56	2	77,683.59	30
Total, Patrimonio	257,952.56	62	105,683.59	41
Total, Pasivos y Patrimonio	415,958.64	100	260,054.81	100

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

De acuerdo al Estado de Situación Financiera el rubro de efectivo y equivalente de efectivo 2017 es del 4% del activo corriente, el rubro de cuentas por cobrar comerciales representa el 25% del activo corriente.

Para un análisis más detallado calcularemos los ratios de liquidez de la casuística planteada de acuerdo a las variables: cuentas por cobrar y liquidez.

Tabla 4. Razón corriente

RAZÓN CORRIENTE	2017	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>145,602.69</u>	0.92
PASIVO CORRIENTE	158,006.08	

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. en el año 2017 muestra que por cada sol de pasivo corriente cuenta con S/. 0.92 de respaldo en el activo corriente, lo que no le permite cubrir sus compromisos y obligaciones a corto plazo por un año.

Tabla 5. Razón ácida

RAZÓN ÁCIDA	2017	
<u>ACT.CTE – INVENTARIO</u>	<u>118,910.19</u>	0.75
PASIVO CORRIENTE	158,006.08	

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. tiene 0.75 céntimos en el año 2017, lo que demuestra que la empresa no tiene capacidad inmediata para cumplir con sus obligaciones (menor a 1).

Tabla 6. Razón absoluta

RAZÓN ABSOLUTA	2017	
<u>EFFECTIVO Y EQUIV. DE EFECT.</u>	<u>15,856.42</u>	0.10
PASIVO CORRIENTE	158,006.08	

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. en el año 2017 muestra 10% de liquidez para afrontar imprevistos de activos disponibles, lo que podemos decir que aún podemos afrontar deudas a corto plazo, pero si no recurrimos a un adecuado control este indicador puede ser menor.

Tabla 7. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	2017
ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	-12,403.39

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. en el año 2017 muestra S/. -12,403.39 lo que es negativo para la empresa, eso nos quiere decir que la empresa no cubre sus pasivos corrientes de los activos corrientes y no le quedaría efectivo para algún imprevisto.

Tabla 8.Reporte*Estado de Resultados por Función*

ADGRAFIC S.A.C.
Estado de Resultados por Función
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017
(Expresado en nuevos soles)

	2017		2016	
	IMPORTE S/.	%	IMPORTE S/.	%
VENTAS	1,109,124.46	100	705,123.85	100
COSTO DE VENTAS	<u>879,604.00</u>	79	<u>389,130.94</u>	55
UTILIDAD BRUTA	<u>229,520.46</u>	21	<u>315,992.91</u>	45
 GASTOS ADMINISTRATIVOS	 65,472.07	 6	 58,345.07	 8
GASTOS DE VENTAS	<u>152,768.16</u>	14	<u>147,458.35</u>	21
UTILIDAD OPERATIVA	<u>11,280.23</u>	1	<u>110,189.49</u>	16
 GASTOS FINANCIEROS	 <u>0.00</u>	 0	 <u>0.00</u>	 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	<u>11,280.23</u>	1	<u>110,189.49</u>	16
 IMPUESTO A LA RENTA 29.5%	 <u>3,327.67</u>	 0	 <u>32,505.90</u>	 5
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>7,952.56</u>	1	<u>77,683.59</u>	11

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

RATIOS DE GESTIÓN**Tabla 9. Periodo promedio de cobro**

PERIODO PROMEDIO DE COBRO	2017	
<u>CUENTAS POR COBRAR X 360</u>	<u>37,099,357.20</u>	
VENTAS	1,109,124.46	33.45

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. en el año 2017, muestra los días que demora en cobrar, los cuales son 33 días en que las cuentas por cobrar sean líquidos (dinero disponible) , esto es por los problemas que existen en el área de crédito y cobranzas al momento de otorgar los créditos a clientes y por la demora en realizar la cobranza.

Tabla 10. Rotación anual

ROTACIÓN ANUAL	2017	
<u>VENTAS</u>	<u>1,109,124.46</u>	10.76
CUENTAS POR COBRAR	103,053.77	

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C (2017)

La empresa ADGRAFIC S.A.C. en el año 2017 muestra que la rotación anual de sus cuentas por cobrar representa a 10.76 veces en todo el año, lo que nos quiere decir que para convertir a efectivo el tiempo es muy lento ocasionando a la empresa baja liquidez.

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes:

Para un mejor entendimiento del trabajo de investigación, se debe tener en cuenta los estudios vinculados al tema que estamos realizando con la finalidad de plantear eficientemente posibles mejoras en la liquidez.

2.1.1 Internacionales:

Carrera (2017) "Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015" - Guayaquil en el mes de Julio del año 2017, Tesis para la obtención del título de la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.

En su conclusión se expresa:

De acuerdo al estudio realizado la empresa no posee normas para el seguimiento de las cobranzas por lo cual les impide poder cumplir con los objetivos, esto se debe también a que no se cuenta con un medio sistematizado para realizar el registro de cobranzas, control de los clientes para visualizar el historial de créditos que puedan retroalimentar información, para obtener liquidez y poder afrontar compromisos propios de la entidad.

Avelino (2017) "Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltda." - Guayaquil del año 2017, Tesis para la obtención del título de la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.

En su conclusión se expresa:

El alto riesgo de morosidad repercute en la liquidez de la empresa al no poder generar cobranzas de manera oportuna, obligándola a requerir préstamos de otras entidades financieras.

Gonzales y Vera (2013), “Incidencia de la Gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez y rentabilidad de la empresa Hierros San Félix CA, periodo 2011” - Guayana del año 2013, Tesis para la obtención del título de la carrera de Contaduría Pública.

En su conclusión se expresa:

Para una empresa es necesario el estudio de cómo van sus finanzas sin diferenciar el rubro a que sea destinada la entidad o el tiempo en que este posicionada dentro del mercado económico, ninguna empresa se encuentra libre de sufrir problemas de liquidez, por el simple hecho de no aplicar el método correcto de políticas financieras.

2.1.2 Nacionales:

Suarez y Becerra (2017) “Cuentas por cobrar y su efecto en la Liquidez de la empresa Avícola Elita EIRL, Trujillo - 2015”.

En su conclusión se expresa:

La preocupación de la gran mayoría de las empresas se originan con la falta de compromiso de los mismos empleados que otorgan créditos sin antes haber realizado el control respectivo a los clientes, que no llegan a cumplir con el cronograma de pagos establecidos lo cual dificulta la cobranza, generando baja liquidez y disminución de las ganancias.

Vásquez y Vega (2016), “Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C., Huanchaco - 2016.

En su conclusión se expresa:

La falta de políticas internas sobre el control de las cuentas acarrea varios problemas, pues no solo genera intereses por no cumplir con sus obligaciones, sino también ante entidades financieras demuestra muy baja solvencia económica como para poder otorgarle algún crédito, genera también deficiencia entre sus trabajadores y proveedores ante la expectativa de saber si la empresa podrá cumplir con ellos,

Aguilar (2013) “Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. - 2012”.

En su conclusión se expresa:

Por el solo hecho de no llevar o no aplicar adecuadamente las políticas para generar más liquidez, la entidad se encuentra obligada a recurrir a préstamos, lo cual conlleva a que su margen de endeudamiento siga creciendo, obteniendo así un mal comportamiento ante futuros inversionistas y entidades financieras que están ante la incertidumbre de que la empresa no pueda cumplir con sus obligaciones en un menor plazo.

2.2 Bases Teóricas

Son técnicas basadas en autores que se convierten en soporte para el desarrollo de la investigación, de acuerdo a las variables de nuestro proyecto se tomó en cuenta los diferentes conceptos, definiciones y criterios:

2.2.1 Cuentas por Cobrar:

2.2.1.1 Control:

Se conceptualiza como un proceso para el respaldo de las actividades realistas que se ejecuten a las actividades planteadas. Tomando el proceso administrativo como un todo, planeación, organización y dirección, se asume que el control ayuda a los administradores a realizar el seguimiento y a analizar la eficacia, eficiencia y ejecución de la planeación, su organización y gestión, permitiendo tomar decisiones si fueren necesarios.

En general la doctrina divide en cuatro (4) los pasos en el proceso de control:

- a) Crear estándares y/o parámetros para medir un determinado desempeño o rendimiento.
- b) Comprobar el desempeño o rendimiento.
- c) Definir y verificar si el desempeño o rendimiento se encuentra de acuerdo con los estándares.
- d) Establecer las medidas correctivas. (Ostengo, 2007, p. 48).

2.2.1.2 Métodos de control:

Los métodos de control se pueden agrupar en cuatro tipos:

- a) Políticas de Control antes de la acción o pre control, van generalmente sobre los presupuestos de recursos humanos, materiales y financieros.
- b) Políticas de Control directivo, son los controles de avance, es decir los que permiten realizar las correcciones por las deficiencias detectadas, antes de concluir con la acción establecida.
- c) Políticas de Control si/no, también definidos como control de selección, disponen sobre si avanzar o no avanzar. Si no se cumple o no se llegan a convencer determinadas condiciones a lo largo de la ejecución de la acción establecida.
- d) Políticas de control después de la acción, comprueban los resultados después de la acción establecida haya ha concluido. (Ostengo, 2007, p. 48).

2.2.1.3 Concepto de cuentas por cobrar:

Según Vallado (2015) afirma que son derechos que se justifican por medio de la cobranza ya sea por haber vendido o prestado servicios, o mediante préstamos, sea cual fuese el concepto.

Según Orellana (2011) nos dice que se puede agrupar en varias partes: Clientes, Documentos por cobrar, Deudores diversos, Clientes por consignaciones, Comisionistas e intereses y Dividendos por cobrar.

Es insuficiente que la entidad tenga conocimiento sobre los saldos que tienen por cobrar, sino más bien poder informarse sobre las deudas con mayor antigüedad que aún les falte por cobrar. Será necesario realizar el análisis respectivo con la presentación de informes y reportes estadísticos que les ayude en la toma de dediciones para el bienestar de la empresa; dividiendo el reporte en clientes con deudas atrasadas y otros clientes que si encuentran dentro de los plazos para el cumplimiento de sus obligaciones, por su parte, respecto a los clientes con deuda atrasada, se indica entre los rangos de mayor y menor días de atraso enfocándose en los que tienen 30, 60, 90 y 120 días o más según el caso.

Por otra parte, se hace referencia que las cuentas por cobrar, a veces no tomadas en cuenta, se determina hoy en día como la clave para el crecimiento y éxito de las empresas, considerada como efectivo para ser utilizado, es también considerada una parte del activo con mayor importancia.

Las cuentas por cobrar se encuentran a la espera de que la entidad cambie su proceso de visión sobre lo que engloba el control y también su mecanismo sobre las ventas que se conceden a los clientes a crédito.

Las ventas a crédito tienen un gran porcentaje de casi 80 % de las ventas totales de una empresa, hoy en día la aplicación eficiente del control y utilización de las cuentas por cobrar representan la diferencia entre obtener ganancias o la disminución las mismas.

Con todo lo mencionado nos sorprende que el gerente o encargado aun tenga como idea errada sobre el crédito como un mal necesario para la empresa y la cobranza como la “parte dura de la venta”, en vez de optar por tomar de decisiones para futuras inversiones, con lo que conlleva a tener organizada el área para un mejor control.

El área de créditos y cobranzas es en algunos momentos el basurero de la entidad, donde termina toda la deficiencia que ocurra en las distintas áreas, si el vendedor se compromete a algo que no pueda realizar, será motivo para que el cliente desestime también su pago en las fechas pactadas, si el área de atención no programó la entrega a tiempo se lo informaran al representante de crédito y cobro cuando los contacte, si la factura no se emitió bien, lo mismo. (Pérez, 2006).

2.2.1.4 Clasificación de las cuentas por cobrar:

Según Stevens (2017) lo clasifica en dos tipos:

- a) Corto plazo: Son los que se dan de forma inmediata no mayor a un año. Son representados en el Estado de Situación Financiera en el activo corriente.
- b) Largo Plazo: Son los que se dan a más de un año. Son representados en el activo no corriente.

2.2.1.5 Objetivo de las cuentas por cobrar:

Según Chambi (2011), nos indica que el objetivo de las cuentas por cobrar es la de tener actualizada la información a tiempo real y las cifras pendientes de cobro de cada cliente ya sea personas naturales o jurídicas.

2.2.1.6 Análisis de las cuentas por cobrar:

Para tener un panorama más claro sobre las cuentas comerciales por cobrar se necesitan:

- a) Tipos de documentación de las cuentas por Cobrar o deudores por venta, proporcionando el estado actual y el respaldo de cada una de ellas en caso de no poder hacer efectivo la cobranza.
- b) Venta total: es un acuerdo en el cual una de las partes se compromete a realizar el traslado de la propiedad de una cosa o de un derecho, la cual se realiza en el momento el pago.
- c) Ventas a Créditos: nos menciona el acuerdo de pago y ese acuerdo puede ser a corto, mediano o largo plazo.
- d) Clasificación de los principales clientes deudores.
- e) Comportamiento necesario de las cuentas por cobrar en el pasado.
- f) Crecimiento de las cuentas por cobrar.

2.2.1.7 Cobranza:

La exigencia es el cumplimiento de las obligaciones de pago que los deudores (comerciales o de otro entorno) contraen con el ente, origina entradas de moneda en efectivo o en otro medio que reciben el seudónimo de cobranza.

Nos menciona que el orden es lo primordial para la integración y desarrollo de cualquier negocio donde realizan ventas al crédito. No hay diferencia entre el tamaño del negocio, sus ganancias van del mano con el objetivo y la manera en que reinvierten sus ganancias.

El ciclo normal de ventas de forma compleja no puede ser relacionado con cobranzas lentas, estas niegan al uso adecuado del capital. No interesa que tan desprendido sea, ni el crecimiento de ventas, las ganancias no pueden ser inapropiadamente grandes a menos que la cobranza se realice de forma puntual, las cobranzas lentas afectan al incremento de ventas. (Ettinger y Golieb, 2009, p. 293).

2.2.1.8 Políticas de cobranza:

El monto de las cuentas pendientes, así como la antigüedad de las mismas, va a sujetarse de las políticas de cobros establecidas por la compañía. Las políticas de cobranza no son más que las aplicaciones de estrategias la cual se valdrán el departamento de créditos y cobranzas para agilizar el proceso de los índices de recaudación, así como disminuir también los índices de lentitud y la disminución del cobro lo que ocasiona incobrabilidad, de allí el alcance de implementar adecuados y efectivos procedimientos.

A superior osadía por el departamento de cobranza menos serán las pérdidas en cuentas incobrables, por lo resultante, un superior consumo en el departamento de cobranza, para cubrir sus acciones, va tener consigo un aumento en la rentabilidad de la empresa, ya que se supone que van a reducir las pérdidas en cuenta incobrables.

Es de suma importancias que el jefe o personal encargado de las cuentas por cobrar, se encuentre siempre revisando al detalle los reportes de cada crédito concedido, teniendo en cuenta que existe algunos casos donde se ve una demora en la fecha de desembolso por parte del cliente. Habrá casos en los que el cliente haya podido superar su periodo promedio de cobranza, por lo

cual se debe llamar la atención y se debe observar todas las herramientas con las que se cuentan (recordatorio, correos, llamadas telefónicas, etc.) para exigir al cliente a que se acerque a pagar el importe acordado; teniéndose cuidado en la forma y el trato que se le da debido a su retraso ya que de ellos depende también el incremento de las ganancias. El administrador financiero se puede sostener en el examen de antigüedad de clientes deudores, para así verificar si los esfuerzos del departamento de cobranzas están surtiendo efectos. (Higuerey, 2007, p. 19).

2.2.1.9 Procedimientos de Cobranza:

Son los procedimientos que se establecen dentro de la institución a fin de que puedan ser empleados en la exigencia de las cuentas por cobrar cuando las mismas se encuentran a portas de llegar a su término. Los cuales:

- a) Notificación por escrito: se establece como opción inicial para el transcurso de las cobranzas de las cuentas con plazo ya concluido. Se lleva a cabo los primeros días posteriores a la cartera vencida, con lo que se envía un escrito al cliente deudor, haciéndole saber las condiciones del acuerdo que se tenía pactado. En caso de que el cliente no tome en cuenta esta comunicación, de inmediato se enviara un escrito más estricto. Posteriormente, se enviará una tercera y último escrito indicándole las condiciones del crédito.
- b) Llamadas telefónicas: es la segunda opción, se debe ejecutar cuando la notificación por escrito no funciona, en este caso el encargado tendrá la tarea de realizar una llamada al cliente y hacerle hincapié sobre la deuda vencida y pedirle el pago del mismo. Si el

cliente nos indica el porqué de la demora en su pago, se podría reconsiderar y otorgarle facilidades para su pago.

- c) Visitas personales: podría ser una estrategia efectiva, su certeza radica en tener resultados altos de la posibilidad de que el cliente realice el pago en el mismo momento.
- d) Mediante agencias de cobranzas: consiste en acudir a una agencia o a un abogado para que realicen la cobranza. Por lo que conlleva a un gasto en los honorarios.
- e) Recurso legal: es una técnica bastante radical, pero se debe tener en cuenta que pueden ser procedimientos costosos y que no nos precisan la cobranza de las deudas pendientes. (Gitman, 2003, p. 242).

2.2.1.10 Crédito:

La definición crédito proviene del latín creditum, de credere, que se entiende por adquirir confianza; sin embargo, no hay una sola enunciación por lo cual podemos sistematizar y darle una definición de “la cesión de un valor actual, como dinero, mercancía o servicio, a cambio de un valor semejante deseado en un futuro, el cual trae un interés pactado”; la cual se puede precisar que cuando se otorga un crédito, existe certeza de quien lo otorga en relación al que lo recibe. (Morales y Morales, 2014, p. 24).

Según Ettinger y Golieb (2009) Nos menciona que el crédito puede ser definido en base a sus funciones, pudiendo ser llamado “dinero futuro”. (p.27).

2.2.1.11 Políticas de crédito:

Según Arias (2009) Las empresas deciden y plantean el otorgamiento del crédito, determinando las condiciones del pago, también advierten la manera que se aplicaran las políticas, que serán en algunos casos estrictas para no minimizar los ingresos teniendo en cuenta el volumen de: venta, cuentas por cobrar y cuentas incobrables. (p.165).

2.2.1.12 Las 5 C del Crédito:

Conducta: Se establece la calidad moral y capacidad administrativa de los clientes, por medio de una investigación cualitativa del deudor, que incluye evaluar la condición y franqueza de la investigación de la otra entidad, el cumplimiento en los pago de sus obligaciones y con otros acreedores.

Capacidad de pago histórica: Se evalúa la destreza del cliente de haber obtenido, en el pasado, los medios suficientes para afrontar con sus compromisos a través de una investigación cuantitativa. En lo que se calcula las de ventas netas, utilidad y flujo neto para hacer frente a sus obligaciones e intereses, capital, dividendos e inversiones.

Capacidad de endeudamiento: En la capacidad de endeudamiento se calcula la certeza de la organización financiera de la entidad, analizando la oportunidad de los bienes propios del giro principal; por lo que se realiza a través de una comparación cuantitativa del conflicto financiero del deudor. En este punto se precisa con mayor énfasis el estudio de tendencias y semejanzas de los ratios de liquidez, apalancamiento, rentabilidad.

Condiciones macroeconómicas: Se determina el estudio de la industria en un todo, para analizar la influencia que tiene en la capacidad y fortaleza financiera del deudor.

Capacidad de pago proyectada: Se analiza la habilidad que tiene un cliente para obtener efectivo necesario en el futuro, y afrontar sus obligaciones financieros, en referencia a su negocio, dentro de la industria. (Morales y Morales, 2014, p. 27-33).

2.2.1.13 Ventas al crédito:

Algunas empresas se ven en la necesidad de vender al crédito, que son llamados vendedores, así como también otras empresas trabajan con dinero de otros, lo cual serían compradores. Una empresa debe otorgar condiciones de pago accesibles, por lo contrario perderá:

- a) Su capacidad de competir con las empresas.
- b) La aceptación de parte de sus clientes.

Las ventas inteligentes emplean el crédito empresarial como una estrategia que soporta 4 objetivos claros:

- a) Cumplir con un requerimiento del mercado: Es lo mínimo que esperan los clientes empresariales para poder hacer negocios con un proveedor.
- b) Lograr el primer pedido: “Puedo negociar con el equipo de recaudación para que el pedido que usted nos haga se recaude en 60 días, firme aquí por favor” Es una manera acertada de pactar el negocio de un nuevo cliente.
- c) Adquirir más ventas: “Te puedo esperar 90 días si compras un 25% adicional”.
- d) Lograr aceptación: Un análisis de cartera hace ver la necesidad de prestar atención a un grupo de clientes que tienen un importe de ventas alto y mantienen una capacidad de

pagos cumplida. Para darles un mejor trato a esos clientes se utiliza nuevos niveles de crédito como un beneficio. (Weisson, 2015).

2.2.1.14 Morosidad:

Cuando se descubra una demora de máximo tres meses en el pago, por parte del cliente. Es un concepto distinto al del crédito fallido el cual se entiende como incobrable. Es un hábito frecuente de las ventas que se encuentran pendientes en los últimos meses, por lo que se realiza recobro con descuentos como forma de sacarlos del estado de situación financiera y disminuir el importe en la cuenta de resultados. (Quique, 2008).

2.2.1.15 Cuentas Incobrables o deudas de difícil cobro:

Todas las entidades conceden créditos, por lo que siempre desean que el cliente pueda realizar su pago de las deudas pendientes. El área de cobranzas debe realizar un monitoreo a cada clientes con deudas pendientes, dando una información exacta del endeudamiento, formas de pago, capacidad moral del deudor, etc., y así desechar posibles pérdidas de cartera. Toda entidad tiene desventajas, una de ellas es que el cliente no asuma su deuda pendiente. (Rincon, 2012, p. 94-95).

2.2.1.16 Ratios relacionadas a las cuentas por cobrar:

Para comprender los ratios hay dos técnicas para analizar la rotación de cuentas por cobrar que son importantes para una empresa. Las cuales son: el índice de rotación de cuentas por cobrar y el índice días de cartera. El índice de rotación de cuentas por cobrar refleja lo rápido que una empresa convierte las cuentas por cobrar en liquidez, midiendo su capacidad de cobrar dinero en efectivo de los clientes con crédito. La relación de días de cartera también mide la capacidad de

cobrar dinero en efectivo a los clientes con crédito, mediante la medición de los días que las ventas se mantienen en las cuentas por cobrar.

Índice de rotación de cuentas por cobrar: Es el saldo neto de la suma del saldo inicial y final de todo el año, dividiéndola entre dos.

Muestra las veces en que las cuentas por cobrar ha rotado en el periodo, esto se halla dividiendo ventas netas al crédito entre promedio neto de cuentas por cobrar.

Es comparado con otras entidades para analizar su desenvolvimiento ante la competencia. Si al calcular resulta un índice mayor, quiere decir que el efectivo ha sido cobrado de forma programada, sin demoras en comparación a sus competidores. Si el índice es menor quiere decir que el crédito está ajustado, pudiendo ocasionar perdidas de ventas.

$$\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}}$$

Índice de Días de cartera: Resulta de dividir ventas netas sobre 365 lo da como resultado ventas promedio diarias.

Si sumamos el saldo inicial y final del año y lo dividimos entre 2 nos da como resultado el promedio neto de cuentas por cobrar. El saldo inicial de las cuentas por cobrar es equivalente al saldo final del periodo anterior.

$$\text{INDICE DE DIAS DE CARTERA} = \frac{\text{ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR}}{360}$$

Divide las ventas netas diarias promedio entre el promedio del saldo de las cuentas por cobrar, dando como resultado los días de cartera y es el promedio de días en el que se realizó la cobranza.

Se compara frente a los competidores los días de cartera. Si se obtiene un mayor índice que el de los competidores entonces no es tan efectiva para cobrar la cartera. (Daulton, 2018).

2.2.2 Liquidez:

2.2.2.1 Definiciones de Liquidez:

De tal manera podemos hacer mención de que la liquidez y solvencia son conceptos utilizados mayormente por los financistas. Dado que podemos tomarlos como lo mismo, procedemos a distinguir cada concepto:

Solvencia es la capacidad que tiene un ente organizacional o persona, para afrontar sus pasivos a un periodo largo (deudas, préstamos, compromisos de pago). La Liquidez es la capacidad que tiene un ente organizacional o persona para convertir en efectivo sus derechos sobre otros bienes, para poder hacer frente y cumplir con sus obligaciones del periodo corto (deudas, préstamos o compromisos que se tenga que cumplir).

Los dos enunciados hacen referencia a los compromisos que la empresa tiene hacia otras entidades. De tal manera se explica el enunciado: si un ciudadano posee un auto, una casa o algún terreno, ergo le sucede algún tipo de accidente de forma que estaría internado en el hospital, en ese instante no contar con dinero para pagar la cuenta del hospital, tendría que vender todo lo que posee para poder cubrir con los gastos necesarios e inmediatos que le generaría encontrarse internado. (Camarena, 2015).

Según Flores (2013) revela que la liquidez es la facilidad que tiene la empresa para el cumplimiento de sus obligaciones de acuerdo a las fechas de vencimiento. (p.147).

Según Rubio (2007) menciona que la liquidez con la que cuenta una empresa la hace capaz de afrontar todas sus obligaciones a un periodo de tiempo corto. La liquidez a su vez conlleva a que la empresa tenga la capacidad de convertir activos en dinero en efectivo. (p.16).

2.2.2.2 Razones por las cuales se debe tener liquidez:

Existen dos razones por las que el autor de la obra hace mención sobre la importancia de tener liquidez:

- a) Es de suma importancia poder realizar operaciones de forma diaria, incluyendo así compras de materia prima, entre otros.
- b) Generar liquidez suficientemente disponible para asumir con las obligaciones contraídas e incluso con las que no se contaban. De tal manera se puede dar el caso de que se sufra una disminución en las cobranzas, o que la producción de algún producto sufra demoras por la falta de materia prima o falta de mantenimiento en las máquinas de producción, es por eso que la entidad necesita generar liquidez. Dando este ejemplo se observa la importancia de liquidez (Flores, 2013, p. 148).

2.2.2.3 Control de la liquidez:

Como nos menciona el autor para usar un buen mecanismo de la liquidez de una entidad, el jefe del área debe utilizar distintas técnicas para poder controlar el dinero, las cuales se mencionan a continuación:

Proyección de caja: nos indica que para ser competitivos a nivel de rubro y en forma global, se debe aplicar una técnica que agrupe toda la información sobre el flujo económico y la muestra. Este instrumento gerencial se llama flujo de caja.

Se puede entender que la proyección de caja es igual al flujo de caja lo cual es un instrumento de tesorería que estudia las tareas diarias con el ambiente de una entidad.

El flujo de caja esta entrelazado con las demás previsiones. Cualquier cambio, sobre las previsiones se plasma en el flujo monetario.

Al no cumplir con los procedimientos, hecho en base a las proyecciones de las restantes áreas, le agregamos la incapacidad de proceder sobre el origen que lo ocasiona, debido a que la labor está en los distintos departamentos de la entidad. Por lo que se dice que el flujo de caja no se cumple.

La colocación la caja: se podría entender como el detalle que se expresa en el flujo de caja.

Si bien el pronóstico de dinero mensual nos refleja un detalle sobre el efectivo que rodea a la empresa diariamente, lo evidencia de manera conjunta. Por lo que se manifiesta un detalle erróneo que se entrega al área encargada, en cuanto al dinero manipulado por la entidad no está resguardado.

En la actualidad, los canales y medios de recaudación y desembolso se han hecho más rigurosos y están a la vanguardia de acuerdo con el mercado y su función esta a cargo de las entidades financieras, por lo que las empresas deciden poner su dinero en cuentas corrientes; con el peligro que suscita, se decide trabajar con varias entidades financieras.

La presencia de entidades financieras conlleva a que la estimación que realiza el área de tesorería se puntualice rigurosamente para asentar a una tarea eficiente del flujo económico.

El enfoque de tesorería deduce la agrupación de todos los eventos del efectivo que son del día a día los que se presentan en las cuentas corrientes de una empresa, para conseguir un panorama completo del grado de todo lo existente se encuentra en tesorería. (Flores, 2013, p.149).

2.2.2.4 Ratios de Liquidez:

Nos menciona que los ratios de liquidez es el volumen de la compañía para afrontar con sus pagos oportunos a un plazo determinado:

Liquidez General, precisa la porción de los activos circulantes de la compañía que son respaldados de forma externo a largo plazo. Mantienen la cobertura que tienen los activos con amplia fluidez en cuanto a sus compromisos de menor plazo de término.

$$\text{LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

Capital de Trabajo

$$\text{CT} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$$

Prueba Acida, es considerada como la parte más rigurosa de la accesibilidad financiera de corto plazo de la compañía.

$$\text{PA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

Liquidez Caja, mide la liquidez en el momento adecuado, ya que son las obligaciones que afronta la empresa a corto plazo con su efectivo y depósitos bancarios. (Coello, 2015, p. 7).

TESORERIA = EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/> PASIVO CORRIENTE

2.2.2.5 Riesgo de Liquidez:

La amenaza de liquidez tiene distintos conceptos. En finanzas, se puede entender que en algunos casos el activo se venda a un importe por debajo de lo establecido a comparación de los demás y esto ocurre por no tener liquidez. En economía el peligro de liquidez calcula la ostentabilidad de hacer frente a sus compromisos a corto plazo.

Cuando el deudor es solvente y puede cumplir con sus compromisos de pago (corto plazo) no existe un riesgo de liquidez, pues en otros casos con el riesgo de liquidez se trata de analizar si la empresa es solvente. Cuando nos referimos a liquidez, nos inclinamos a la parte factible del activo, por lo que nos referimos al activo líquido, es decir, es el que se convierte de manera más rápida en dinero.

Una entidad puede tener bastante patrimonio y activos, y poseer un elevado riesgo de liquidez, el patrimonio que posee no es transformado en dinero fácil y de manera inmediata, por lo que no puede hacer frente a sus compromisos.

Cómo medir el riesgo de liquidez: Se puede calcular con la aplicación de ratios de liquidez, siendo la interacción entre el activo corriente y las deudas a corto plazo. Se da porque la empresa toma precauciones para que pueda cubrir sus pagos con la parte líquida de sus activos, que en ocasiones es el dinero en caja, bancos y las inversiones financieras a corto plazo.

En algún momento se puede plantear que la entidad tenga abundantes activos o inversiones a largo plazo y que sean mayor que sus deudas, y a su vez no esté en la capacidad de hacer frente a sus compromisos en las fechas pactadas. Por lo que visualizamos que el riesgo de liquidez daña la función de la capacidad de venta y transformación de los activos en dinero líquido.

Esta definición enlaza las previsiones de tesorería, ya que de esta manera se proyectan los ingresos y egresos que abran en los ejercicios siguientes, estructurando de manera correcta u objetiva el pago de sus compromisos. (Sevilla y Pedrosa, 2017).

2.2.2.6 Importancia de la Liquidez:

Para un mejor entendimiento de la importancia de la liquidez pondremos un ejemplo claro, supongamos que una entidad posee un patrimonio solido y activos por s/. 5,000,000 y una deuda de s/. 700,000. El patrimonio seria s/. 4,300,000. Imaginemos que el importe del activo es el valor de una casa. No contamos con dinero en el banco y mañana vence nuestro compromiso de pago por s/. 700,000. Como observamos nuestro patrimonio es sólido, pero el problema se ve muy serio, porque no contamos con dinero líquido lo cual se visualiza un riesgo de liquidez. Teniendo patrimonio no poseemos dinero para poder cumplir con nuestro compromiso de pago porque el activo no es líquido.

Al no poder cumplir con nuestro compromiso, se generaría intereses, también el incumplimiento se reflejaría en un mal historial crediticio, y cancelación de posibles préstamos a futuro. Por lo que nuestros acreedores tomarían las medidas necesarias por la vía judicial.

La falta de liquidez trae problemas significativos y afecta a las entidades de manera económica. Dando como recomendación que no se debe tener todo el dinero invertido sino poseer parte de ello disponible para cualquier imprevisto. (Lanzagorta, 2016).

3. Alternativas de Solución

Es de suma importancia y adecuado proponer a la empresa ADGRAFIC S.A.C constantes controles en todas las áreas y así disminuir los posibles inconvenientes con la liquidez.

Alternativa N° 1

Proponer procedimientos de créditos y cobranzas para que se ejecuten de manera exitosa, esto será en base a la elaboración de un reporte de cobranza (Excel) para ver el historial de cada cliente y su fecha de cobro lo cual deberá ser cumplido por el personal encargado del área y también será evaluado para ver que se esté encaminando de forma correcta.

Alternativa N° 2

Establecer políticas de créditos a los nuevos clientes con la finalidad de analizar el historial crediticio del cliente antes de otorgar un crédito a través de las centrales de riesgo como son INFOCORP, SENTINEL, EQUIFAX, para así evitar que exista una elevada cartera de morosidad en la empresa.

Alternativa N° 3

Implementar un sistema contable para el registro diario de procesos que ocurren en la empresa y así agilizar las tareas de las áreas en cuanto a la obtención de información a tiempo real.

A continuación, mostraremos el nuevo ESF y ER aplicando las alternativas de solución planteadas.

ADGRAFIC S.A.C.
Estado de Situación Financiera
Al 31 DE DICIEMBRE DE 2017
(Expresado en Nuevos Soles)

	SIN GESTIÓN DE COBRANZA		CON GESTIÓN DE COBRANZA	
	2017		2017	
	S/.	%	S/.	%
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>				
Efectivo y equivalentes de efectivo	15,856.42	4	72,969.32	16
Cuentas por cobrar comerciales	103,053.77	25	85,553.05	19
Inventarios	26,692.50	6	42,843.53	10
Total, Activos Corrientes	145,602.69	35	201,365.90	45
<u>Activos no Corrientes</u>				
Inmueb. Maqu. Y Equipo neto de Dep.	255,728.50	61	198,171.36	44
Activos por impuestos diferidos	14,627.45	4	51,145.70	11
Total, Activos no Corrientes	270,355.95	65	249,317.06	55
Total, Activos	415,958.64	100	450,682.96	100
<u>PASIVOS CORRIENTES</u>				
Pasivos por impuestos diferidos	3,327.67	1	12,767.67	3
Cuentas por pagar comerciales terceros	154,678.41	37	157,402.73	35
Total, Pasivos Corrientes	158,006.08	38	170,170.40	38
<u>Pasivos no Corrientes</u>				
Pasivo Diferido	0.00		0.00	0
Prestamos Financieros	0.00	0	0.00	0
Acreedores comerciales y otra ctas. por pagar	0.00	0	0.00	0
Total, Pasivos no Corrientes	0.00	0	0.00	0
Total, Pasivo	158,006.08	38	170,170.40	38
<u>PATRIMONIO</u>				
Capital	250,000.00	60	250,000.00	55
Resultados Acumulados	0.00	0	0.00	0
Utilidad del ejercicio	7,952.56	2	30,512.56	7
Total, Patrimonio	257,952.56	62	280,512.56	62
Total, Pasivos y Patrimonio	415,958.64	100	450,682.96	100

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C

Con el nuevo Estado de Situación Financiera analizaremos los siguientes ratios:

RATIOS:

RATIOS DE LIQUIDEZ

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
RAZÓN CORRIENTE	2017		2017	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>145,602.69</u>	0.92	<u>201,365.90</u>	1.18
PASIVO CORRIENTE	158,006.08		170,170.40	

En este indicador hay un aumento de 0.26% en comparación con el ratio que se manifestó en la casuística por lo que la entidad si cumplirá con sus compromisos de pagos con fecha de vencimiento próximos de forma oportuna.

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
RAZÓN ÁCIDA	2017		2017	
<u>ACT.CTE – INVENTARIO</u>	<u>118,910.19</u>	0.75	<u>158,522.37</u>	0.93
PASIVO CORRIENTE	158,006.08		170,170.40	

En este indicador hay aumento de 0.18% en comparación con el ratio que se obtuvo en la casuística a lo que la empresa sigue siendo optima, pero se tiene que seguir aplicando el control de las cuentas por cobrar.

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
RAZÓN ABSOLUTA	2017		2017	
<u>EFFECTIVO Y EQUIV. DE EFFECT.</u>	<u>15,856.42</u>		<u>72,969.32</u>	
		0.10		0.43
PASIVO CORRIENTE	158,006.08		170,170.40	

En este indicador hay una mejora de S/. 0.33 en comparación con el ratio que se manifestó en la casuística, lo que nos dice que la entidad si cumplirá con sus deudas a corto plazo, pero lo ideal sería mayor a S/.1.00.

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
CAPITAL DE TRABAJO	2017		2017	
ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	-12,403.39		31,195.50	

En este indicador hay un aumento de S/. 18,792.11 en comparación con el ratio que se obtuvo en la casuística, lo que significa que la empresa cubre sus pasivos, quedándole efectivo para poder cubrir posibles imprevistos.

Con la elaboración del nuevo Estado de Resultados del año 2017, analizaremos algunos ratios:

ADGRAFIC S.A.C.

Estado de Resultados por Función con gestión

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

(Expresado en nuevos soles)

	IMPORTE S/.	%
VENTAS	1,109,124.46	100
COSTO DE VENTAS	<u>-879,604.00</u>	-79
UTILIDAD BRUTA	<u>229,520.46</u>	21
 GASTOS ADMINISTRATIVOS	 -65,472.07	 -6
GASTOS DE VENTAS	<u>-120,768.16</u>	-11
UTILIDAD OPERATIVA	<u>43,280.23</u>	4
 GASTOS FINANCIEROS	 <u>0.00</u>	 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	<u>43,280.23</u>	4
 IMPUESTO A LA RENTA	 -12,767.67	 -1
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>30,512.56</u>	3

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C

RATIOS DE GESTIÓN

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
PERIODO PROMEDIO DE COBRO	2017		2017	
<u>CUENTAS POR COBRAR X 360</u>	<u>37,099,357.20</u>		<u>30,799,098.00</u>	
		33.45		27.77
VENTAS	1,109,124.46		1,109,124.46	

Este indicador muestra que hay una mejora, puesto que el tiempo de recuperación de los créditos paso de 33.45% a 27.77% en un año.

	SIN GESTION DE COBRANZA		GESTION DE COBRANZA	
ROTACIÓN ANUAL	2017		2017	
<u>VENTAS</u>	<u>1,109,124.46</u>		<u>1,109,124.46</u>	
		10.76		12.96
CUENTAS POR COBRAR	103,053.77		85,553.05	

Este indicador ha mejorado pues nos dice que las cuentas por cobrar al año eran de 10.76 veces, y el nuevo indicador nos da como resultado 12.96 veces, es lo que demoramos en que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo.

Conclusiones

Mostramos las siguientes conclusiones:

- a) En la actualidad ADGRAFIC S.A.C. nos muestra un área de créditos y cobranzas sin estructura definida, no se plantean políticas de crédito, se otorga créditos a los clientes sin previa evaluación o estudios de su posibilidad crediticia.
- b) La gerencia no se está enfocando en realizar un seguimiento continuo, aplicando incorrectamente los procedimientos de cobranza, y se está demorando en obtener dinero líquido por lo que no le está permitiendo afrontar con sus compromisos de pago a corto plazo.
- c) Observamos la inexistencia de un control en las cuentas por cobrar, el personal encargado otorga créditos a 30, 45 hasta 60 días y si el cliente tiene una deuda pendiente, el área no tiene ningún problema en seguir dándole al crédito, por lo que existe demasiadas ventas al crédito y muchas veces los clientes no pagan a tiempo por los retrasos en la entrega de servicios.

Recomendaciones

De acuerdo al análisis y evaluación que se realizó a las cuentas por cobrar de la empresa ADGRAFIC S.A.C. recomendamos lo siguiente:

- a) Aplicar nuevas políticas de créditos óptimas para el manejo del análisis de los créditos y a su vez estar actualizados ante las distintas empresas del entorno realizando charlas, capacitaciones continuas para todo el personal con la finalidad de aumentar la liquidez.
- b) Proponer la elaboración de procedimientos de cobranzas y así realizar el seguimiento del cobro de la cartera de clientes mediante llamadas, envió de correos electrónicos, o en algunos casos visitar anticipadamente al cliente haciéndole recodar que su cronograma de pago está próximo a vencer, con la finalidad de realizar una adecuada función del área.
- c) Si ADGRAFIC S.A.C. vende al crédito, se debe realizar correctamente. Es decir, plantear un procedimiento para ver a quien se está vendiendo, cuáles serán las condiciones y como se controlará el impacto de vender al crédito para evitar que exista deudas de difícil cobro.
- d) Elaborar un flujo de caja, en el cual se proyecten los ingresos y gastos con la finalidad de poder mejorar y llevar un control. (ANEXO N° 03).

Referencias

- Aguilar, V. H. (2013). *Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratistas Corporación Petrolera S.A.C.* Lima.
- Añez, M. (15 de 10 de 2002). *Aspectos Básicos del Análisis de Créditos*.
- Arias, R. (2009). *Análisis e interpretación de los estados financieros*. México: Trillas.
- Avelino, M. A. (2017). *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltda.* Guayaquil.
- Camarena, P. (2015). *Solvencia y Liquidez*. Maxwell.
- Carrera, S. L. (2017). *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Chambi, G. (12 de 12 de 2011). *Cuentas por cobrar. Contabilidad general*. Obtenido de http://www.mailxmail.com/cuentas-cobrar-contabilidad-general_h
- Chaves, O. A., Dealecsandris, R. P., Pahlen Acuña, R., Chyrikins, H., Fronte de García, L., & Viegas, J. C. (2001). *Sistemas Contables*. Córdoba: Ediciones Macchi.
- Coello, A. M. (2015). *Finanzas y Mercado de Capitales*. Lima: Actualidad Empresarial.
- Daulton, B. (2018). Como analizar la rotación de las cuentas por cobrar. *Cuida tu dinero*, <https://www.cuidatudinero.com/13067778/como-analizar-la-rotacion-de-cuentas-por-cobrar>.
- Ettinger, R. P., & Golieb, D. E. (2009). *Créditos y Cobranzas*. México: Grupo Editorial Patria 5ta Edición.
- Flores, J. (2013). *Liquidez de una Empresa*. Lima: Pacifico Editores.
- Gitman, L. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.

- Gonzales, A., & Vera, E. (2013). *Incidencia de la Gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez y rentabilidad de la empresa Hierros San Felix CA*. Guayana.
- Higuerey, A. (2007). *Administración de las cuentas por cobrar*. Villa.
- Lanzagorta, J. (20 de Julio de 2016). ¿Qué es la liquidez y porqué es importante? *El Economista*.
- Morales, J. A., & Morales, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Orellana, H. R. (2011). *Cuentas por Cobrar*.
- Ostengo, H. C. (2007). *El Sistema de Información Contable*. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti libreria Editorial.
- Pérez, L. E. (29 de Noviembre de 2006). *De Gerencia.com*. Obtenido de http://www.degerencia.com/articulo/las_cuentas_por_cobrar
- Quique. (2008). Morosidad: Mitos y Realidades. *Riesgo y Morosidad.com*, <http://www.riesgoymorosidad.com/morosidad-mitos-y-realidades/>.
- Rincon, A. C. (2012). *Contabilidad Siglo XXI*. Bogota: Editorial ECOE.
- Rubio. (2007). *Manual de Analisis Financiero*. Europa: Editores Instituto Eurioe de Gestion Empresarial.
- Sevilla, A., & Pedrosa, S. J. (2017). Relacion entre rentabilidad, riesgo y liquidez. *Economipedia Haciendo Facil la Economía*, <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-de-liquidez.html>.
- Stevens, R. (13 de 07 de 2017). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3631525-que-son-cuentas-por-cobrar-cual-importancia>
- Suarez, I. C., & Becerra, M. M. (2017). *Cuentas porcobrar y su efecto en la liquidez de la empresa Avícol Elita EIRL*. Trujillo.

Taboada, M. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Trujillo: Editorial Universitaria: Universidad Nacional de Trujillo.

Vallado, Raúl H;. (2015). *Administración Financiera de las Cuentas por Cobrar*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/jcfdezmx2/cuentas-por-cobrar-presentation>

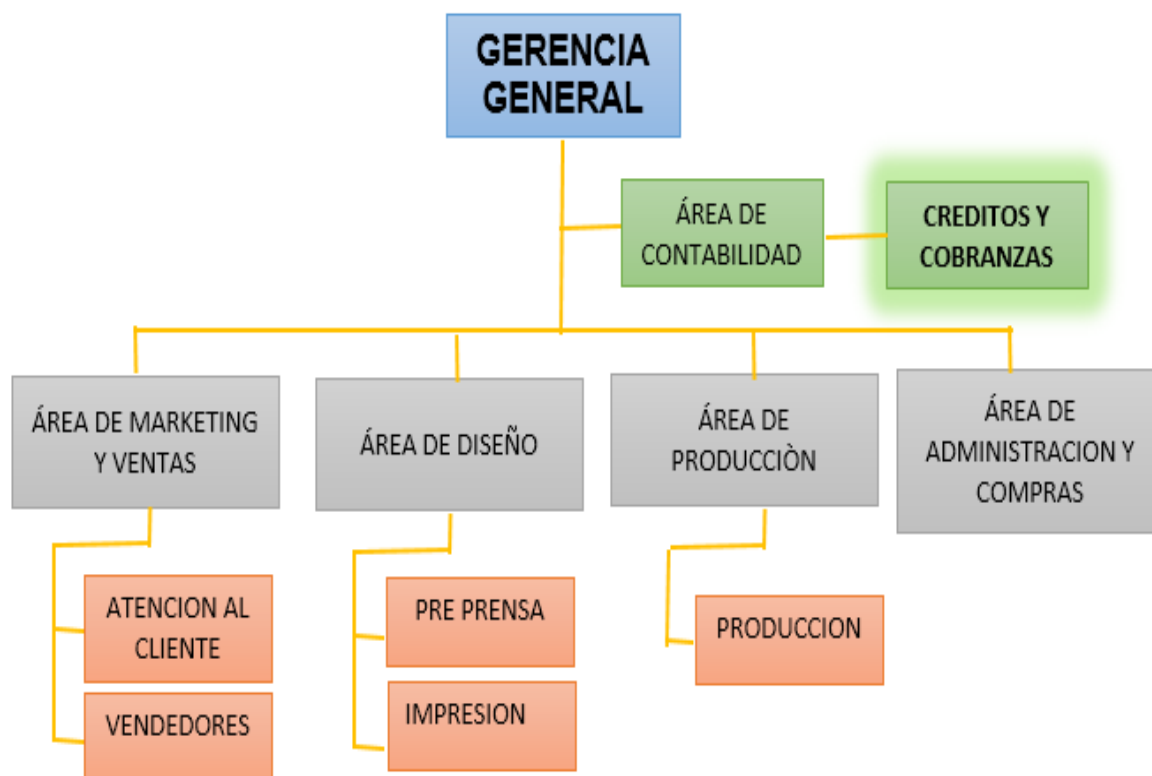
Vásquez, L. E., & Vega Plasencia, E. M. (2016). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C*. Huanchaco.

Weisson, I. (2015). Las ventas al crédito: una necesidad riesgosa. *Seguros confianza*, <http://blog.confianza.com.ec/blog/las-ventas-a-credito-una-necesidad-riesgosa>.

Apéndice

Apéndice N° 01: Estructura Orgánica

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA "ADGRAFIC S.A.C."



Fuente: ADGRAFIC S.A.C.

Apéndice N° 02: Cuadro detallado de las cuentas por cobrar al cierre del ejercicio 2017

Proveedor	Facturado	Fecha Emisión	Fecha Vencimiento	Días
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 15,254.54	21/05/2017	21/11/2017	184
A C INVERSIONES INTERNACIONALES S.A.C.	S/. 356.22	27/06/2017	27/12/2017	183
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 389.40	14/05/2017	14/10/2017	153
LA LEÑA S.A.C.	S/. 284.97	27/07/2017	27/12/2017	153
CASA HUERTA CLUB S.A.C.	S/. 356.22	27/08/2017	27/12/2017	122
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 885.00	17/04/2017	16/08/2017	121
LABORUM PERU S.A.C.	S/. 4,861.60	09/09/2017	08/01/2018	121
NUTRA S.A.	S/. 3,153.40	01/10/2017	30/01/2018	121
ALERT DEL PERU S.A.	S/. 696.20	01/10/2017	30/01/2018	121
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	S/. 1,371.70	05/10/2017	03/02/2018	121
ALERT DEL PERU S.A.	S/. 696.20	02/09/2017	31/12/2017	120
UNIQUE S.A.	S/. 4,566.60	27/09/2017	25/01/2018	120
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 2,973.60	18/06/2017	17/09/2017	91
NUTRA S.A.	S/. 2,306.80	17/10/2017	15/01/2018	90
LABORUM PERU S.A.C.	S/. 460.20	17/10/2017	15/01/2018	90
EP DE RESTAURANTES S.A.C.	S/. 5,306.80	06/10/2017	04/12/2017	59
EP DE RESTAURANTES S.A.C.	S/. 2,531.00	25/10/2017	23/12/2017	59
EP DE RESTAURANTES S.A.C.	S/. 401.20	21/11/2017	19/01/2018	59
ALERT DEL PERU S.A.	S/. 16,334.24	18/12/2017	15/02/2018	59
NUTRA S.A.	S/. 283.20	20/12/2017	17/02/2018	59
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 6,310.64	05/07/2017	19/08/2017	45
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 4,863.96	18/08/2017	02/10/2017	45
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 1,168.20	21/08/2017	05/10/2017	45
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 3,606.08	01/09/2017	16/10/2017	45
VIVALO IMPORT EXPORT E.I.R.L.	S/. 6,490.00	05/12/2017	19/01/2018	45
TOTAL ATRASO DE 45 A MAS DÍAS	S/. 85,907.97	83%		

Proveedor	Facturado	Fecha Emisión	Fecha Vencimiento	Días
A&C INVERSIONES S.A.C.	S/. 1,139.88	27/11/2017	27/12/2017	30
NEGOCIOS HEFZIBA S.A.C.	S/. 284.97	27/11/2017	27/12/2017	30
ADVINCULA CANCHAN VICTOR ENRIQUE	S/. 284.97	27/11/2017	27/12/2017	30
BSH ELECTRODOMESTICOS S.A.C.	S/. 2,028.42	12/12/2017	11/01/2018	30
DISTRIBUCIONES G & A S.A.C.	S/. 944.00	21/11/2017	20/12/2017	29
GRUPO KREATIVA CONSULTING S.A.C	S/. 306.80	06/09/2017	05/10/2017	29
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 389.40	06/10/2017	04/11/2017	29
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 389.40	13/10/2017	11/11/2017	29
NEGOCIOS PUBLICITARIOS E.I.R.L.	S/. 495.60	18/10/2017	16/11/2017	29
A&C INVERSIONES S.A.C.	S/. 1,343.43	20/10/2017	18/11/2017	29
VIAJES PACIFICO S.A.C.	S/. 750.01	24/10/2017	22/11/2017	29
GRUPO KREATIVA CONSULTING S.A.C	S/. 212.40	25/10/2017	23/11/2017	29
BANCO DE LA NACION	S/. 1,472.64	07/11/2017	06/12/2017	29
UNIQUE S.A.	S/. 1,663.80	30/11/2017	29/12/2017	29
UNIQUE S.A.	S/. 247.80	21/12/2017	19/01/2018	29
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	S/. 1,770.11	20/12/2017	18/01/2018	29
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	S/. 685.34	20/12/2017	18/01/2018	29
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	S/. 708.00	20/12/2017	18/01/2018	29
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	S/. 377.60	20/12/2017	18/01/2018	29
UNIQUE S.A.	S/. 283.20	26/12/2017	24/01/2018	29
GRUPO JK S.A.C.	S/. 1,073.03	06/09/2017	21/09/2017	15
TARGET HR PERU S.A.C.	S/. 295.00	20/12/2017	03/01/2018	14
TOTAL ATRASO DE 45 A MENOS DÍAS	S/. 17,145.80	17%		
TOTAL	103,053.77			

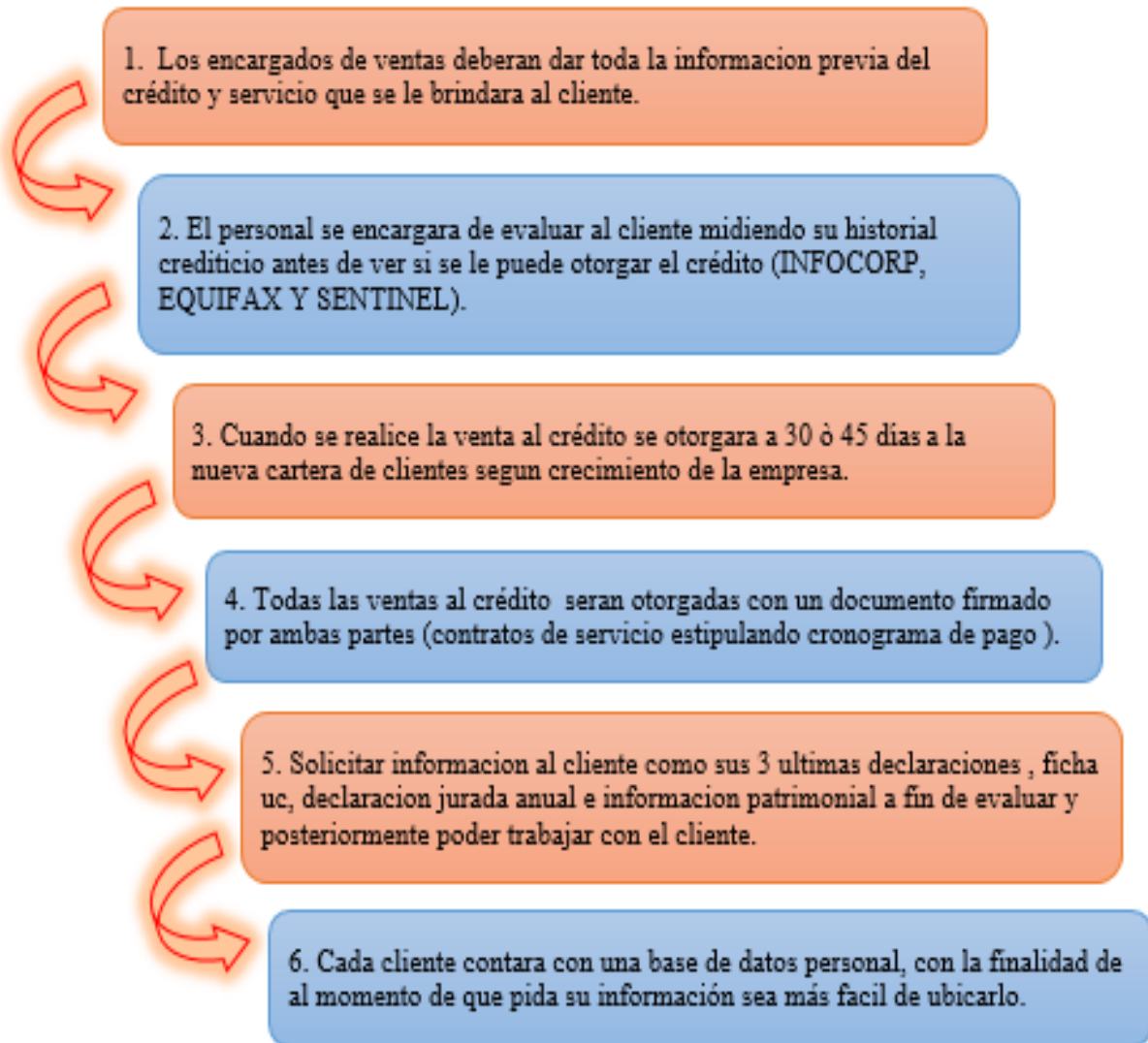
ApéndiceN° 03: Flujo de Caja Proyectado del 2018

ADGRAFIC S.A.C. **FLUJO DE CAJA** **COBRANZA DE CREDITOS (30,60 Y 90 DÍAS)** **Al 31 de Diciembre del año 2018** **Expresado en Nuevos Soles**

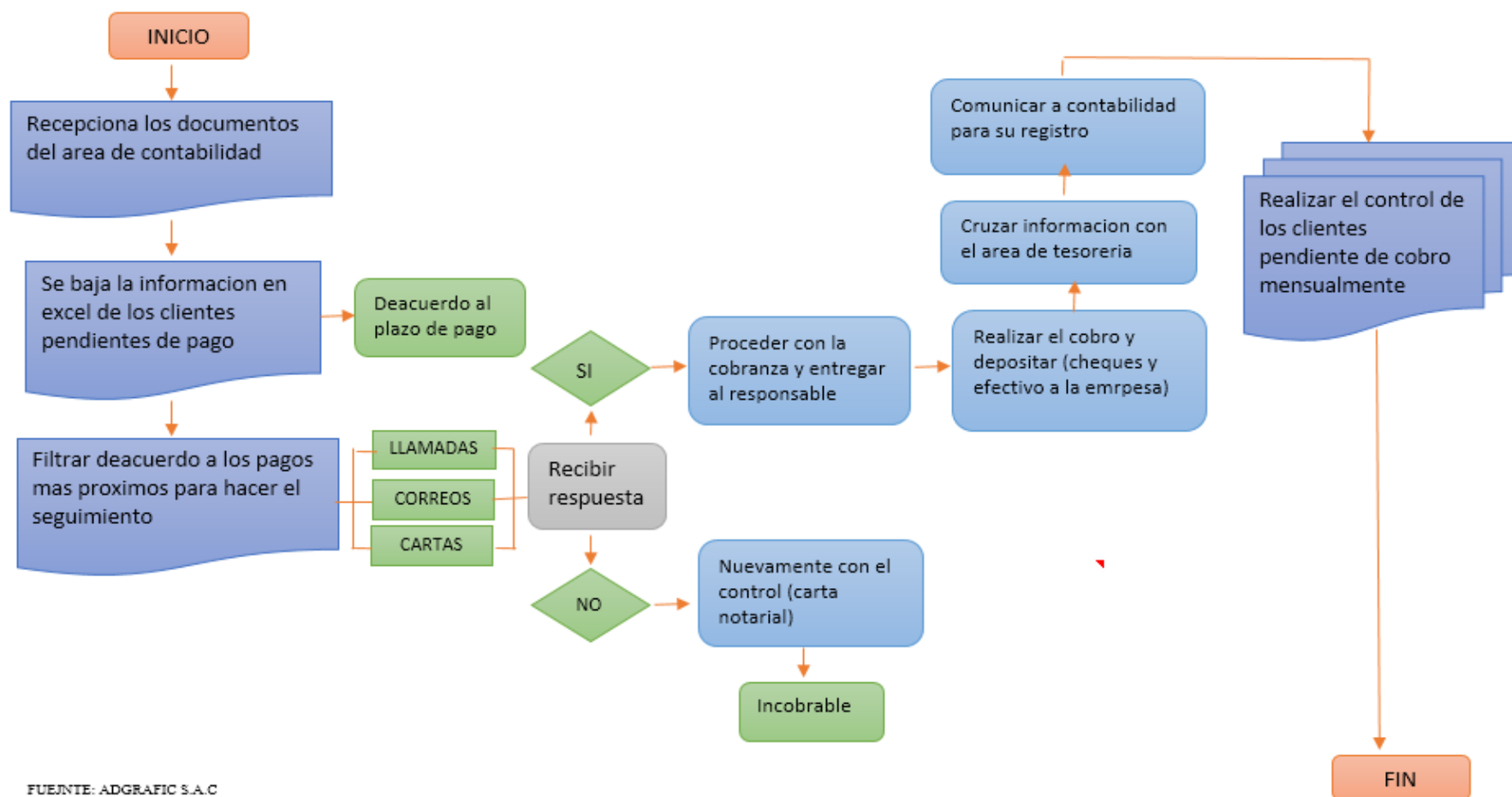
FLUJO DE CAJA	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
INGRESOS													
COBRANZAS AL CONTADO	46,700.36	15,016.67	16,503.65	32,915.72	40,692.96	51,676.68	43,398.62	32,683.11	18,048.78	45,216.79	15,785.27	18,847.99	377,486.58
COBRANZAS AL CREDITO													
A 30 DIAS	79,390.60	25,528.33	28,056.20	55,956.72	69,178.03	87,850.36	73,777.65	55,561.28	30,682.93	76,868.54	26,834.96	32,041.58	641,727.18
A 60 DIAS	158,781.21	51,056.67	56,112.40	111,913.44	138,356.05	175,700.72	147,555.30	111,122.57	61,365.85	153,737.08	53,669.92	64,083.16	1,283,454.37
A 90 DIAS A MAS	26,463.53	8,509.44	9,352.07	18,652.24	23,059.34	29,283.45	24,592.55	18,520.43	10,227.64	25,622.85	8,944.99	10,680.53	213,909.06
TOTAL DE COBRO AL CREDITO	264,635.35	85,094.44	93,520.67	186,522.40	230,593.42	292,834.53	245,925.50	185,204.28	102,276.42	256,228.46	89,449.87	106,805.26	2,139,090.61
TOTAL INGRESOS	311,335.70	100,111.11	110,024.32	219,438.12	271,286.38	344,511.21	289,324.12	217,887.39	120,325.20	301,445.25	105,235.14	125,653.25	2,516,577.19
EGRESOS													
CUENTAS POR PAGAR	100,253.20	18,345.10	43,640.66	65,900.24	325,010.87	39,652.32	59,540.80	149,910.60	228,567.64	131,006.76	95,759.32	129,678.61	1,387,266.12
GASTOS DE PRODUCCION	1,200.00	1,400.00	1,400.00	2,000.00	1,300.00	2,000.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,300.00
GASTOS DE ADMINISTRACION	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	38,400.00
GASTOS DE VENTAS	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	4,550.00	54,600.00
PAGO DE IMPUESTOS	1,250.00	985.00	920.00	1,300.00	1,010.00	2,761.00	1,900.00	1,523.00	1,082.00	3,468.00	1,211.00	1,461.00	18,871.00
TOTAL EGRESOS	110,453.20	28,480.10	53,710.66	76,950.24	335,070.87	52,163.32	70,690.80	160,683.60	238,899.64	143,724.76	106,220.32	140,389.61	1,517,437.12
FLUJO NETO OPERATIVO	200,882.50	71,631.01	56,313.66	142,487.88	-63,784.49	292,347.89	218,633.32	57,203.79	-118,574.44	157,720.49	-985.18	-14,736.36	999,140.07
PRÉSTAMOS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
SERVICIO DEUDA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FLUJO NETO FINANCIERO	200,882.50	71,631.01	56,313.66	142,487.88	-63,784.49	292,347.89	218,633.32	57,203.79	-118,574.44	157,720.49	-985.18	-14,736.36	999,140.07
SALDO INICIAL	15,856.42	216,738.92	288,369.93	344,683.59	487,171.47	423,386.98	715,734.87	934,368.19	991,571.98	872,997.54	1,030,718.03	1,029,732.85	15,856.42
SALDO FINAL	216,738.92	288,369.93	344,683.59	487,171.47	423,386.98	715,734.87	934,368.19	991,571.98	872,997.54	1,030,718.03	1,029,732.85	1,014,996.49	1,014,996.49

FUENTE: ADGRAFIC S.A.C.

Apéndice N° 04: Políticas de Crédito Propuestos



Apéndice N° 05: Procedimientos de cobranzas propuestos



Apéndice N° 06: Control del área de créditos y cobranzas

Evaluaciones previas

- ✓ Para evitar pérdidas por fraudes.
- ✓ Evaluar previamente el perfil del cliente.

Confiabilidad acorde a la información

- ✓ Tanto contable como financiera.
- ✓ Localizar posibles errores, para poder tomar decisiones.

Cumplimiento de las políticas

- ✓ Para obtener criterios uniformes y separación de funciones.
- ✓ Políticas para cuentas incobrables.

Información actualizada

- ✓ Para determinar el saldo real en un momento establecido.

Promover la eficiencia del personal a cargo

- ✓ Capacitaciones de acuerdo al área.
- ✓ Evaluar el desempeño del personal.